

# Coca-Cola promueve una segunda oportunidad para el plástico

< POR FÁTIMA CÁRDENAS  
FOTOS: CORTESÍA COCA-COLA >

En el marco de la campaña Cada botella tiene su historia, Coca-Cola promueve reutilizar las botellas de plástico. Una biblioteca y varios tipos de mobiliario forman parte del abanico de opciones.

¿Qué hace con una botella de plástico una vez que ha vaciado su contenido? a) la deja en un punto de reciclaje; b) la tira a la basura; c) la guarda para poner en ella “artículos varios” (desde flores hasta clips) o d) toma las botellas y empieza a usarlas como mobiliario para su casa.

Coca-Cola ha decidido apostarle a la última de estas opciones y en el transcurso del año pasado concretó tres proyectos diseñados a base de botellas de plástico.

La idea transversal de la compañía que, por tercer año consecutivo fue reconocida por Interband como la mejor marca del mundo, es cambiar el destino de las botellas plásticas que parecen cargar con la condena de ser desechadas. “Queremos darles una segunda oportunidad y demostrar que existen muchas alternativas de reutilización”. Con esta suerte de consigna, Coca-Cola se dio a la tarea de apoyar tres proyectos puntuales para mostrar que las ideas de reutilización del plástico pueden pasar de la utopía al terreno de la realidad.



## Diseño, reuso y trabajo comunitario

En el marco de la campaña Cada botella tiene su historia, Coca-Cola implementó tres planes como parte del programa Reusemos, el cual tuvo entre sus puntales el compromiso comunitario. Previo el desarrollo de los proyectos, Coca-Cola abrió un *site* en el cual invitaban a los cibernautas a proponer ideas de reciclaje. “En este espacio la gente pudo compartir sus ideas sobre los tres proyectos puntuales que nosotros propusimos y también sugerir otros, porque este tema de reutilización tiene posibilidades muy amplias al alcance de todos. En esta ocasión nosotros nos convertimos en un

canal de comunicación de todo lo que se puede hacer, pero la opción es de cada persona”, anota Daniela Córdova, gerente de marca de Coca-Cola. Al cabo de la campaña, una biblioteca, un parque ecológico e implementos para adecuar un centro recreativo dieron una nueva utilidad a las botellas hechas de plástico.

Luego, la empresa identificó a dos expertos ecuatorianos que, a partir a su experiencia y conocimientos, desarrollaron proyectos sociales utilizando las botellas y materiales reciclados. Una vez que se eligieron las localidades que trabajarían y se beneficiarían de cada plan, unos y otros se pusieron manos a la obra.

## Una biblioteca para Santa Marianita

Verónica Reed fue la cabeza de este proyecto de recuperación de materiales que en el transcurso de dos meses vinculó a los habitantes de Santa Marianita en la construcción de una biblioteca de 30 metros cuadrados, que cuenta con un techo protector diseñado con vallas publicitarias recicladas y paredes hechas con 3.600 botellas plásticas. Cuenta Verónica que de las vallas publicitarias se reutilizó la lona plástica desechada en cada cambio de campaña. Por sus características impermeabilizantes, este material sirvió como capa adicional a la cubierta para evitar el ingreso de agua lluvia a la biblioteca, con lo cual se preservan mejor los libros y el interior de la estructura. Las botellas plásticas se utilizaron para las paredes de la biblioteca. La cimentación se hizo con el sistema tradicional de hormigón armado para garantizar la estabilidad y la seguridad. “Las botellas se utilizaron para formar un envoltivo total, como una casa plástica dentro de una casa de fibra y estructura. Este material plástico se usó en lugar de paredes para así per-



mitir que la luz entre durante todo el día al interior y provea a los niños de un ambiente óptimo para la lectura”, explica Reed.

¿Cómo se logra compactar las botellas de manera que formen un todo similar a un muro? Sencillo. Verónica explica que las botellas son perforadas en la base y la tapa, y al entrelazarse forman un tejido sólido que sirvió para levantar las paredes laterales de la biblioteca y la capa interior de la cubierta.

En este contexto, Verónica esboza una serie de pautas para que el consumidor pueda distinguir entre lo que realmente es

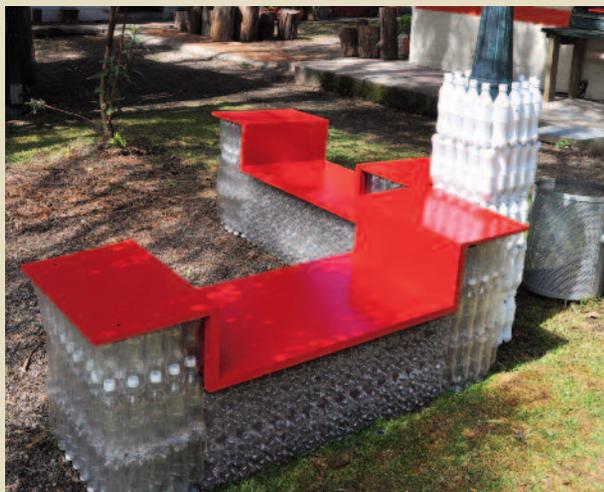
sustentable o lo que se llama “green washing” o publicidad verde. Ella menciona que un proyecto sustentable considera e implementa estrategias en varias áreas para reducir su impacto en el entorno. Algunas de las aristas que —según Verónica— deberían tenerse en cuenta son la reducción de consumo energético y eficiencia; el confort térmico mediante estrategias de bajo consumo de energía; la reducción y optimización de consumo de agua; el uso de materiales de bajo impacto con contenido recuperado o reciclado y materiales de acceso local.

## Un parque recreativo con espíritu ecológico

El tercer proyecto implementado por Coca-Cola es un parque infantil elaborado

con 8.500 botellas reutilizadas. Este espacio cuenta con una resbaladera, dos bancas con farol y un barco. Cada una de estas estructuras recreativas está en exhibición y uso permanente en el Jardín Botánico de Quito. “Este proyecto inclu-

yó la participación de los ecuatorianos, a quienes propusimos la donación de sus botellas de plástico en diferentes puntos de recolección en las principales ciudades del país para construir un parque recreativo”, señala Córdova.



## La naturaleza como inspiración

Rodney Verdezoto junto a los pobladores del cantón Chiviquí mejoraron el entorno del parque central, con la implementación de una nueva parada de bus, postes de señalización, jardinería y basureros. Más de 1.500 botellas fueron empleadas en la elaboración de este mobiliario inspirado en la naturaleza.

Verdezoto fue el encargado de liderar el proyecto gracias a cuya ejecución —según dice— tuvo la oportunidad de constatar que la conciencia de reciclar, y sobre todo de reutilizar, está ya en mucha gente. “Fui a Chiviquí por ser una comunidad especial donde, sin distinciones, todos se preocupan por mantener bien sus espacios. Les conté del proyecto y quedaron atraídos por la posibilidad de que, a través de la reutilización de botellas, podamos resolver algunos de los problemas más urgentes que tenían. Se sometió a votación entre más de 100 personas que se citaron en la iglesia del pueblo y por unanimidad decidieron participar”, relata.

Rodney es especialista en temas de diseño creativo e innovador y es un convencido de que estos criterios pueden ajustarse a proyectos que tengan como materia prima objetos reciclados. Para él uno de los aspectos clave de este tipo de iniciativas, además del impacto positivo en el medioambiente y la comunidad, es que



los presupuestos pueden bajar considerablemente con la reutilización y el reciclaje, sin que los réditos se vean alterados.



### Verónica Reed:

arquitecta ambientalista, especializada en arquitectura sustentable. Su principal área de interés es la arquitectura pasiva y el desarrollo sustentable comunitario. Está enfocada en realizar proyectos responsables con el entorno.



### Rodney Verdezoto:

diseñador, profesor de la Universidad San Francisco. Ha participado en varias ferias y exposiciones internacionales: Shanghái, Milán y Bogotá. Realiza diseño industrial y mobiliario para Atu, Jisar, Avs.

RECUADRO

### Un récord que lleva la bandera del ambiente

La Cumbre Internacional de Medio Ambiente para niños, niñas y jóvenes (CIMA Kids), que se desarrolló en 2012, marcó un hito en asuntos medioambientales y logró que una de sus actividades paralelas, un concurso de reciclaje de botellas de plástico se llevara el récord Guinness. Esta actividad en la que participaron alrededor de 90 mil estudiantes y padres de familia de 118 unidades educativas de Quito se planteó una meta concreta: recolectar un millón de botellas plásticas en un mes. Sin embargo, el objetivo inicial fue rebasado y los jóvenes lograron un total de 1'559.002 botellas plásticas, un hecho que le permitió a la capital ingresar por primera vez al libro de récords en la categoría Ambiente. 